مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية
ISSN: 2352-975X   ELBAHITH for Academic Studies   EISSN: 2588-2368
المجلد: 06 العدد: 01 السنة: 2019 ص ص: 92 - 118 رقم العدد التسلسلي: 15

أهمية الثقافة السياحية في تنمية السياحة الدينية في العراق

The Role Of Tourism Culture In The Development Of Religious Tourism In Iraq

تاريخ الإرسال: 2018/10/27 تاريخ القبول: 2018/12/21

د/ عبد الكريم كاظم عجيل (*)
جامعة ذي قار- العراق
ABDKAZM@Gmail.com

ملخص:

إن نظرة سريعة لجغرافية العراق وتاريخه وارثه الثقافي تثبت بما لا يقبل الشك أنه يتمتع بالكثير من الإمكانيات والمقومات التي تمكنه من منافسة العديد من البلدان في جذب السياح، وخصوصا في مجال السياحة الدينية، ولأن السياحة الدينية أصبحت خيارا اقتصاديا واجتماعيا مهما فقد أصبح من المهم أن يرافقه وعي وثقافة سياحية للمجتمع بما يسهم في تنمية السياحة الدينية وتطورها، إذ تعد الثقافة السياحية الجوهر الذي تبنى عليه أسس السياحة السليمة والمستدامة في أي بلد من البلدان. وعليه نرى أن الثقافة السياحية تلعب دورا مهما في إبراز هذه المقومات. والتي بدورها أي "الثقافة السياحية للمجتمع" ستعمل على تنمية السياحة الدينية بشكل خاص ومن ثم السياحة في العراق بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: السياحة؛ السياحة الدينية؛ الثقافة السياحية؛ العراق.

Abstract:

A quick look at Iraq's geography, history and cultural heritage proves beyond doubt that it has many potentials to compete with many countries in attracting tourists, especially in the area of religious tourism, and because religious tourism has become an important economic and social choice it has become important to accompany it Awareness and culture of tourism to the community to contribute to the development of religious tourism and its development, as the culture of tourism is the essence on which the foundations of sound tourism and sustainable in any country. Therefore, we see that tourism culture plays an important role in highlighting these elements. Which in turn "tourist culture of society" will work on the development of religious tourism in particular and then tourism in Iraq in general.

Keywords: Tourism; Religious tourism; Tourism culture; Iraq.

(*)- **المؤلف المراسل**: عبد الكريم كاظم عجيل، *ABDKAZM@Gmail.com*

مقدمة:

أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة، حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية بشكل كبير، مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية.

وتعد السياحة مزيجا لمنتج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية والاقتصادية والبشرية، إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والطابع الديني، والإنجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد. كما ان السياحة اليوم تواجه مشكلات عديدة في معظم البلدان النامية والأقل نمواً، وتتراوح هذه المشكلات بين نقص المعرفة الفنية وضعف الأنشطة التطويرية والوعي العام الشعبي، وعدم كفاية البنية التحتية الأساسية للسياحة والاستثمارات فيها، وتحديات الأمن والسلامة السياحية.

وإذا كانت السياحة قد أصبحت من اهم الصناعات في العالم حيث تعتبر ركنا أساسيا من أركان اقتصاديات الخدمات في العالم، ولا يوازيها في الأهمية سوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السلكية واللاسلكية، وكما هو معروف ان كل صناعة تهدف إلى تحقيق الربح من خلال أعداد برنامج خاص يعتمد على التخطيط والتسويق والتنسيق ... بغية الوصول إلى التنمية المستدامة المنشودة، وعليه تعتبر الثقافة السياحية من اهم عناصر تنمية السياحة كما أكدت عليها العديد من الدراسات. ولذلك سيأتي بحثنا هذا منسجم مع هذا التأكيد لبيان أهمية الثقافة السياحية في تحقيق التنمية السياحية وخصوصا في مجال السياحة الدينية.

مشكلة البحث: لا تزال صناعة السياحة في العراق تواجه الكثير من الصعوبات التي حالت حتى الآن دون وصولها إلى المستوى المطلوب الذي يلائم ما يمتلكه العراق من المقومات الكثيرة التي تجعل منه دولة رائدة في مجال السياحة، ممّا انعكس سلباً على تقديم منتج سياحي متكامل ومتنوع وغني بالأنشطة السياحية الملائمة للمقومات السياحية الموجودة في العراق. وتنبع مشكلة البحث في الحقيقة من نقص أو غياب الثقافة السياحية التي تبدأ من العاملين في هذا القطاع وتنتهي بالمواطن العادي.

مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ــــ المجلد 06- العدد 01 - جانفي 2019
EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

وتنبع أهمية الثقافة السياحية من الدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه من التعريف بالأماكن السياحية وصولا إلى تقديم الخدمات التي تجذب السياح، بالإضافة إلى نقل الصورة المشرقة عن البلد أو هذه الأماكن، وتمثل المراقد والمزارات الدينية ثروة سياحية كبيرة إذا ما تم التعريف بها وتقديمها بالشكل الصحيح للسائح عبر التعريف بسير أصحابها وما قدموه للامة، من قيم إنسانية كبير، ناهيك عن طبيعة الأبنية التاريخية التي تعتبر من الأماكن التاريخية الجديرة بالمشاهدة والتبرك، وهو ما يجعل الاهتمام بها وصيانتها امر ضروري.

أهمية البحث: تنبع أهمية البحث من أهمية موضوع السياحة الذي يتداخل مع بعض القطاعات الأخرى، كما وان التغير الذي حدث في مفهوم السياحة، حيث باتت تعد من اهم القطاعات المهمة في الدول، وفي ضوء هذا التغيير والتداخل أصبحت السياحة صناعة تحتاج إلى التخطيط والتسويق بغية الوصول إلى اكبر قدر من تحقيق التنمية، ولذلك أصبحت الدول تبحث عن اهم السبل الكفيل في تنمية هذا القطاع، وعليه اصبح مفهوم الثقافة السياحية من اهم العناصر الكفيلة في تنمية هذا القطاع، ولذلك ستسعى هذه الدراسة إلى بيان أهمية هذا العنصر (الثقافة السياحية) في تنمية السياحة الدينية منطلقة من مدخل أهمية المراقد والمزارات الدينية التي تعد من اهم المقومات الموجود في مجال السياحة الدينية في العراق.

أهداف البحث:

1- إظهار تزايد أهمية السياحة في الاقتصاد العالمي.

2- بيان مقومات السياحة في العراق وخصوصا السياحة الدينية.

3- تحليل اهم العناصر الكفيلة في تنمية القطاع السياحي، مع التركيز على عنصر الثقافة السياحية.

4- تحليل كيفية الاستفادة من الثقافة السياحية في تنمية السياحة الدينية في العراق وبيان أهميتها.

منهج البحث: تم الاعتماد عند إعداد البحث على مجموعة مناهج ولكن كان المنهج الوصفي هو المنهج المعتمد في معالجة اغلب المواضيع.

فرضيات البحث: تسعى الدراسة لأثبات مدى صحة الفرضيات الآتية:

1- هناك دور متزايد تلعبه السياحة في الاقتصاد العالمي، ويتمتع العراق بمقومات كبيرة في مجال السياحة وخصوصا في مجال السياحة الدينية.

2- تعد الثقافة السياحية من اهم العناصر الكفيلة في تنمية القطاع السياحي وخصوصا السياحة الدينية.

خطة البحث: من خلال ما تقدم ومن خلال الفرضيات السابقة يمكن طرح التساؤل التالي: ما هو الدور الذي يمكن ان تلعبه الثقافة السياحية بما يخص المراقد والمزارات الدينية في تنمية السياحة الدينية في العراق؟ وستتم الإجابة على التساؤل المطروح من خلال تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: ماهية الثقافة السياحية وأهميتها.

المبحث الثاني: مقومات السياحة الدينية في العراق.

المبحث الثالث: دور الثقافة السياحية في تنمية السياحة الدينية.

المبحث الأول: ماهية الثقافة السياحية وأهميتها

يعد موضوع السياحة من المواضيع المهمة، نظرا لما تشتمل عليه من تداخل في النواحي الاجتماعية والسياسية والثقافية والأمنية والاقتصادية، وعلى ذلك فقد تعددت المفاهيم والتعاريف التي تتناولها، ومرجع ذلك هو اختلاف الخلفية العلمية للباحثين، وزاوية أو المدخل الذي ينطلقون منه، كما تعددت أنواع السياحة بحسب طبيعة المُنشأ السياحي وما يمثله من أبعاد إنسانية أو تاريخية أو دينية ...الخ، وعلى ذلك سوف نسعى في هذا المبحث لبيان ماهية الثقافة السياحية وأهميتها، منطلقين من بيان مفهوم السياحة وأنواعها وكما يلي:

المطلب الأول: مفهوم السياحة بشكل عام

في البدء لابد من الإشارة إلى ان صناعة السياحة تعد من أوسع الصناعات عالميا، حيث وصلت إيراداتها إلى ما يزيد عن (944) مليار دولار في عام 2010م، وبعدد سياح (935) مليون سائح، وتشير الدراسات والتوقعات إلى ان عدد السياح سوف ينمو ويتزايد إلى ان يصل إلى اكثر من (1,6) مليار سائح بحلول عام 2020م، وبمعدل انفاق (5) مليار دولار يوميا، فضلا عن الزيادة الكبيرة في السياحة الداخلية والتي



تشكل أضعاف هذا الرقم، حيث تشير العديد من الدراسات إلى ان حجم السياحة المحلية (الداخلية) يشكل اكثر من 80٪ من حجم السياحة الدولية، وبذلك تشكل السياحة مصدرا رئيسا من مصادر النقد الأجنبي في ميزان المدفوعات ويدفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية، فضلا عن عدها ركنا أساسيا من أركان اقتصاديات الخدمات في العالم، ولا يوازيها (أي السياحة) في الأهمية سوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات السلكية واللاسلكية، حيث تشكل السياحة اكثر من 35٪ من أجمالي الصادرات لقطاع الخدمات واكثر من 8٪ من صادرات السلع، فضلا عن دورها في تخفيض نسبة البطالة في العالم، إذ اصبح عدد من يعمل في هذا القطاع اكثر من 260 مليون شخص بمعدل 11٪ من حجم القوى العاملة في العالم، وتشير التقديرات إلى ان هذا العدد سوف يزيد إلى 300 مليون عامل في القطاع السياحي والقطاعات المساندة له، وبالتالي فان هذا القطاع من القطاعات تمتاز بكثافة القوى العاملة، وفي ضوء هذه المؤشرات اصبح القطاع السياحي في سلم أولويات العديد من دول العالم وبات يشكل ميزة تنافسية لاقتصاديات الكثير من الدول، وذلك لآثاره الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية، فقد إشارات الدراسات إلى ان اكثر من 70٪ من دول العالم تعد السياحة فيها واحدة من اعلى خمسة مصادر للنقد الأجنبي(1).

وعليه تولي معظم دول العالم اهتماماً كبيراً بالسياحة باعتبارها مصدراً هاماً من مصادر الدخل، بل أنها تكاد تكون في بعض الاقتصاديات أهم مصادر الدخل فقد غدت السياحة صناعة حديثة لها مقوماتها وخصائصها، حتى بات علماء الاقتصاد السياسي وعلماء التاريخ والاجتماع يولون أهمية خاصة للسياحة نظراً لأثارها البعيدة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، فقد تطور النشاط السياحي في العالم حتى أصبح يشكل أحد الظواهر الهامة في الاقتصاد العالمي(2).

لقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم فقد كانت بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت اليوم نشاطا له أسسه ومبادئه خاصة بعد التقدم التكنولوجي في مجال النقل والاتصالات وارتفاع الدخول وتحسين ظروف العمل وارتفاع مستوى التعليم والثقافة، فالسياحة تعد احد الأنشطة الطبيعية المهمة للإنسان تتعلق بالحركة والتنقل قد يقوم به فرد أو

مجموعة من الأفراد ويتم الانتقال من مكان إلى أخر بغرض الترفيه أو قضاء وقت الفراغ أو لحضور المؤتمرات والمهرجانات أو لأسباب دينية ...الخ[3].

ولأهمية موضوع السياحة فقد تعددت التعريفات التي تناولته، فقد ارتبط هذا المفهوم مع تطور الحياة البشرية وما رافقها من تطور علمي وتكنولوجي، لذلك لا يمكن الركون إلى تعريف محدد، فعندما نتأمل في تعريف السياحة نجد أن كل باحث ركز على جانب معين أو على ظاهرة معينة، فمنهم من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، ومنهم من اعتبرها ظاهرة قائمة على أساس تنمية العلاقة الدولية والإنسانية والثقافية[4].

وقد عرفت منظمة السياحة العالمية (W.T.O) السياحة على أنها: مجموعة الأنشطة التي يمارسها الأشخاص المسافرون أو المقيمون في الأماكن غير المعتادة لهم طلبا للمتعة والترويح والتي لا تزيد مدة أقامتهم بها عن عام[5].

وبناء لما تقدم فان السياحة بشكلٍ عام هي شكل من أشكال قضاء وقت الفراغ بعيداً عن مكان الإقامة والعمل لفترة زمنية لا تقل عن (24) ساعة أو ليلة واحدة ولا تتجاوز سنة كاملة في المكان المقصود. وعلى نحو عام يمكن النظر إلى السياحة كنظام وصناعة راقية، مدخلاته هي البنى التحتية والبيئة الحاوية والعاملون على تقديم الخدمات، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة والقوانين والأنظمة والتشريعات. وهناك العمليات التي تتعلق بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتي تتم من خلالها عملية التسويق السياحي ثم تأتي المخرجات التي تتمثل في تقديم أفضل الخدمات السياحية والتي تشبع حاجات السياح ورغباتهم بأفضل الطرق[6].

المطلب الثاني: مفهوم الثقافة السياحية وأهميتها

للثقافة السياحية أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحة والتقليل من بعض الأثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحيا، تبنى هذه الثقافة على أساس ادراك ووعي عال بأهمية القطاع بما يسهم في تشكيل محيط سياحي سليم، وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تظافر جهود كافة الجهات داخل المجتمع، لان عملية تطوير السياحة لا يتوقف مسارها على القطاعين الخاص والعام وإنما يتعداه إلى المواطن العادي بوصفه العنصر الأساس والمهم في عملية

التنمية من جهة والمعيار الحقيقي للرضا والتقدم الحضاري للمجتمع من جهة أخرى، فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد ولن تنهض وتزدهر إلا اذا تبناها المجتمع ككل واعتبرها قضيته، وعمل على تصحيح الصورة وإعادة تفعيل الترويج السياحي، لذا يعرف الوعي السياحي على أنه: المعرفة والفهم والإدراك لمجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السائدة في مجال السياحة، والتي تتيح لأفراد المجتمع المشاركة بفاعليه في أوضاع مجتمعهم ومشكلاته، ويحددوا موقفهم منها، وتدفعهم للتحرك من اجل تطويرها والعمل على غرسها في أذهان الأجيال القادمة(7).

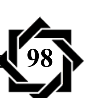
تعرف الثقافة السياحية على أنها: امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح(8). وقد عرفها البعض على أنها عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها، وبالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات والاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة(9).

والأهمية الثقافة السياحية باتت اليوم تعتبر من ضمن اهم الأسباب التي أدت إلى انتشار السياحة، حيث ان زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي وانتشار المعلومات أدى إلى زيادة الرغبة لدى كثير من الناس لزيارة البلدان لغرض الاطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم(10). وتكمن أهمية الثقافة السياحية في(11):

1- تعمل الثقافة السياحية على فهم وتنمية التراث والمحافظة عليه، من خلال تعريف المجتمع به، وبكيفية المحافظة عليه، واستغلاله بطريقة أمثل، وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.

2- تقدم الثقافة السياحية المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع، محليا ودوليا، وذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة.

3- الترابط بين الثقافة السياحية وعملية التنمية، حيث تعمل الأولى على إحلال قيم وتقاليد جديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، والتي هدفها التغيير ورفع مستوى المعيشة، تحقيقا لأهداف التنمية الشاملة.



4- الثقافة السياحية باعتبارها نشاط اجتماعي فهي ضرورية لإعداد وتنفيذ خطط التنمية السياحية ومشاركة الجماهير في إعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية.

وبذلك تكمن أهمية الثقافة السياحية في كونها تمثل العامل الأساسي في تكوين الصورة السياحية لأية دولة من الدول فوفقا لمنظمة السياحة العالمية التي تعتبر ان نجاح أي مقصد من المقاصد السياحية يجب ان يتوافر فيه وعي سياحي وصورة سياحية إيجابية[12]. كما إعلان مانيلا الذي عقد تحت مظلة منظمة السياحة العالمية عام 1981 قد أكد في الفقرة الثانية على ضرورة الارتقاء بمستوى الثقافة السياحية، لان زيادة الوعي السياحي يزيد من القيمة الروحية للسياحية ويجعلها تمثل قوة حقيقية[13].

وهناك امثله عالمية ودراسات منذ عقود أثبتت كيف يسهم الوعي السياحي المجتمعي والمؤسسي في خلق تنمية سياحية وثراء مجتمعي مقابل ما يمكن ان يحدث إذا ما أهملت مسائل بناء اتجاهات جديدة وصديقة للتنمية السياحية، ويمكن المقارنة في هذا الشأن مع الكثير من الدول التي تتصدر قائمة الدول الكبار في عدد السياح والإيرادات السياحية[14].

وتقوم الثقافة السياحية على مجموعة المبادئ أهمها[15]:

1- تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا ومهاريا ووجدانيا.

2- على الدولة ومؤسساتها ان يهتموا بتنمية الثقافة السياحية لدى الأفراد.

3- مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية.

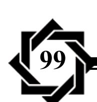
4- إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية.

5- الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع.

6- المحافظة على البيئة والاهتمام بها. وتبني نظرة مستقبلية من اجل ثقافة سياحية أفضل للفرد.

7- إشراك أفراد المجتمع والمثقفين ورجال الدين، في أعداد برامج تنمية الثقافة السياحية.

وبذلك فان النشاط السياحي هو عبارة عن منظومة متعددة الأطراف تتفاعل فيما بينها بغية الوصول أكبر قدر من الرضا، وان أي خلل أو نقص في أي طرف من أطراف



المنظمة سوف يؤثر على مجمل العملية السياحية، وتعد الثقافة السياحية من اهم عناصر هذه المنظومة. ويقاس درجة نجاح النشاط السياحي باي دولة على مدى رضا السائح عند زيارته لها، وهنا تظهر أهمية الثقافة السياحية، وخصوصا على مستوى أفراد المجتمع، حيث تُحتم العملية ضرورة الارتقاء باداهم وزيادة وعيهم السياحي، وقد أكدت الدراسات ان ركناً مهماً من هذا الرضا يكون نتيجة لأسلوب المواطن تجاه الزائر الأجنبي ومدى ترحيبه به والامتناع عن استغلاله[16].

وبذلك تكون للثقافة السياحية ثلاث جوانب هي باختصار[17]:

1- **الجانب المعرفي**: تعتمد الثقافة السياحية على الجانب المعرفي لان المعلومات والمفاهيم هي أساس المعرفة والبحث، ويحتوي هذا الجانب على التعريف بالسياحة ومفهومها وأهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني، وعوامل الجذب السياحي، وأهمية السياحة الداخلية، وصناعة السياحة، والتخطيط السياحي، وتوفير قاعدة بيانات عن مجمل النشاط السياحي ومستقبل السياحة.

2- **الجانب المهاري**: المهارة هي الأداء الذي تعلمه الفرد، ويقوم به بسهولة وفهم، ويؤدي بصورة عقلية أو بدنية، ويركز الجانب المهاري للفرد على هذا الأداء، من خلال الثقافة السياحية، التي يجب ان تكون لدى الفرد، وقدرته على إعداد وتخطيط برنامج سياحي متكامل، وقدرته على التعامل مع السائحين، بالإضافة إلى قدرته على قراءة الخريطة السياحية وحسن استخدامها.

3- **الجانب الوجداني**: وهي اكتساب الأفراد سلوكيات إيجابية ومرغوب فيها نحو السياحة والسائحين، لكي يكون مساهم فعلي في التنمية السياحية، وإيجاد حلول لتطوير صناعة السياحة، والتغلب على المشكلات التي تواجهها.

وعليه فان الثقافة السياحية، وما تمثله من تنمية للوعي السياحي للأفراد، تجعل من كل شخص يقدم خدمة للسواح سواء أكان مرشدا أو موظف استعلامات أو سائق تكسي أو غيرهم مما يجعله يشعر بالفخر بعمله، وهو ما يعني انه يشعر بالرضا عن العائد المتحقق من تلك الخدمة وهذا له أثر على المدى الطويل في الحفاظ على السائحين من خلال تكرار الزيارة أو سمعة حسنة تنقل إلى معارفه وأقاربه وهو ما يحرك وينشط السياحة لديهم[18]. وبالمحصلة فان الوعي السياحي يؤدي إلى ارتفاع

EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

معدلات تكرار زيارة السائح نتيجة مغادرته للبلد المزار بانطباعات طيبة تجعله ضيفا مرتقبا في زيارات تالية، والاهم من ذلك قيامه بنقل انطباعاته عن هذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر أنواع الدعاية تأثيراً(19).

أن وعي وإدراك المواطن بأهمية السياحة لا يرتبط بالجانب الاقتصادي فقط بل يرتبط بالخصوصية الثقافية للدولة ويحمل مضامين متعددة مرتبطة بالهوية والانتماء، وهذه المفاهيم تحتاج إلى تنشئة اجتماعية قائمة على نقل وبث القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن والتي تساهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي، وعليه فان الإطراق التي تساهم في بناء الوعي هي متعددة ومن بينها: المدارس، الجامعات، قادة الرأي وصناع السياسات، الأسرة، المراكز الثقافية والاجتماعية، الاتحادات والجمعيات المحلية والوطنية، المجتمعات المحلية، المؤسسات السياحية، المؤسسات الحكومية وغيرها من الأطراف القادرة على خلق حالة جديدة من التطبيع الاجتماعي التي بدورها تؤدي إلى حالة من المزاج الثقافي الإيجابي تجاه السياحة(20).

ويعد العراق من السباقين على مستوى المنطقة في مجال نشر الثقافة السياحية بشكل اكاديمي ومتخصص، وذلك لما يمثله الوعي السياحي من عنصر أساسي في ازدهار قطاع السياحة، حيث تأسست معاهد السياحة والفندقة منذ عام 1974م، حيث أسس معهد بغداد للسياحة والفندقة ومن ثم معهد نينوى للسياحة والفندقة في عام 1988 وكذلك أسس معهد النجف في عام 2009 وتهدف المعاهد إلى أعداد كوادر علمية وسياحية متخصصة، حيث أصبح التركيز والاهتمام كبيرا على المعاهد وبأشراف المباشر من قبل هيئة السياحة، وتُهيء هذه المعاهد الآيدي العاملة الماهرة الأساسية في العمل السياحي حيث يتخرج الطالب حاملا شهادة معادلة لشهادة الدراسة الإعدادية تؤهله للعمل بجدارة في المنشآت السياحية، هذا من جانب، ومن جانب أخر فقد لعبت كليات العلوم السياحة دور كبير في توفير الكوادر الأكاديمية والمتخصصة في مجال السياحة، وهي منتشرة في اغلب الجامعات العراقية(21).

EISSN: 2588-2368 ــــــ ISSN: 2352-975X

المبحث الثاني: مقومات السياحة الدينية في العراق

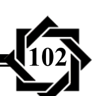
تعتبر السياحة الدينية في العراق من اهم أنواع السياحة، حيث تمثل العمود فقري لقطاع السياحة بسبب تمتع العراق بالعديد من المنشآت السياحية الدينية، الموزعة على عموم العراق، وعليه فان العراق يتمتع بمقومات كبير في هذا المجال خصوصا مع وجود المراقد والمقامات والمزارات الدينية التي لها مكانة كبيرة في نفوس المسلمين، وعلى ذلك سوف نتناول هذا المبحث من خلال تقسيمه إلى المطالب التالية:

المطلب الأول: مفهوم السياحة الدينية

تشكل السياحة بمفهومها الإنساني والاقتصادي ظاهرة مهمة تدعم حركة الشعوب والأمم نحو الاطلاع المباشر على تراثها وخصوصيتها ومبادئها وبالتالي الوصول إلى حالة من التقارب والتفاهم بين الحضارات لنبذ مبادئ التطرف والإرهاب[22].

ووفقا لذلك فقد تعددت أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة فهناك السياحة الثقافية، والترفيهية، والعلاجية، والدينية وغيرها، والتي ساعد على انتشارها التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي وما صاحبها من تطلعات ومتطلبات لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات والمعارض، وقد صنفت أنواع السياحة وفقا لعدة عناصر[23]، وسيقتصر بحثنا على بيان مفهوم السياحة الدينية، التي يقصد بها التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية الدينية[24].

فالسياحة الدينية هي نوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان كونها مزيجا من التأمل الديني والثقافي، وقد تكون السياحة من أجل زيارة الأماكن المقدسة والاستمتاع بمشاهدتها بدافع الفطرة والأيمان والاهتمام بالتاريخ وحفظ معالمه وآثاره، وقد يكون الدافع من وراء هذا النوع من السياحة هو الدعوة أو القيام بعمل خيري، ومما يكشف أهمية الآثار والمعالم التاريخية ما ورد في أحاديث الأسراء والمعراج أنه كان من برامج تلك الرحلة تجول النبي (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وسَلَّمَ) وزيارته لمواقع الأنبياء السابقين، من جهة ثانية يؤكد القرآن الكريم بوضوح على أن الله تعالى يريد للأماكن والبيوت التي يقطنها الأنبياء والصالحون أن تشيد وتخلد عبر القرون والأجيال لتكون منارا للهدى وتذكيرا برجالات الإخلاص والطهر، فقد ورد في تكريم أهل الكهف، قوله تعالى: ﴿وَكَذَٰلِكَ أَعْثَرْنَا عَلَيْهِمْ لِيَعْلَمُوا أَنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ



وَأَنَّ السَّاعَةَ لَا رَيْبَ فِيهَا إِذْ يَتَنَازَعُونَ بَيْنَهُمْ أَمْرَهُمْ ۖ فَقَالُوا ابْنُوا عَلَيْهِم بُنْيَانًا ۖ رَّبُّهُمْ أَعْلَمُ بِهِمْ ۚ قَالَ الَّذِينَ غَلَبُوا عَلَىٰ أَمْرِهِمْ لَنَتَّخِذَنَّ عَلَيْهِم مَّسْجِدًا﴾ سورة الكهف الآية(٢١)[25].

وعليه تعرف السياحة الدينية بأنها: ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد، فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما[26].

كما تعرف بأنها: انتقال السياح من مكان أقامتهم إلى مناطق أخرى بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل الدولة لفترة من الوقت وذلك بوازع من العاطفة الدينية أو التكليف الديني للقيام ببعض المناسك أو الطقوس المرتبطة بالتعاليم الدينية[27]. إذن السياحة هي نشاط أو أسلوب يمكن من خلاله أن يصل السواح من داخل الدولة وخارجها إلى الأماكن الدينية ذات البعد الديني والتاريخي بهدف تحقيق جوانب روحية بالدرجة الأولى[28].

وتعد زيارة العتبات المقدسة لآل بيت الرسول الكريم (ص) وصحابته الكرام، والتي تتركز في مدن النجف الأشرف وكربلاء وسامراء والكاظمية وبابل ومشهد وقم ودمشق والقاهرة وغيرها، عوامل جذب للسواح، ومن اهم المواقع السياحية[29].

ولعل من اهم المقومات السياحية التي يمتلكها العراق والتي يمكن استثمارها وتنميتها والاعتماد عليها في دخول سوق السياحة العالمي هي[30]:

1- المراقد والمزارات والمعالم الدينية المقدسة.

2- المعالم التاريخية والإثارية.

3- المعطيات الجغرافية والطبيعية، حيث يزخر العراق بمثل هذه المعالم والأثار الإسلامية وما قبل الإسلام تمتد من الشمال إلى الجنوب وفي كل محافظات البلاد.

4- المعطيات الجغرافية والطبيعية، حيث تتنوع معالم السطح بين منطقة السهل الرسوبي ذات الطبيعة السهلية الزراعية وبين المناطق الجبلية والصحراوية، وهذه تشكل عامل للجذب السياحي.

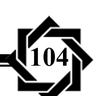
5- مقومات السياحة الوظيفية بهدف المشاركة بالمعارض التجارية والإسلامية وإقامة المؤتمرات العلمية، حيث تعد العديد من المحافظات (خاصة الدينية منها) مركزا متميزا للحوزة العلمية التي يقصدها الدارسون والباحثون وطلبة العلم لدراسة العلوم السلامية، الأمر الذي يشكل عامل من عوامل الجذب السياحي العلمي والتجاري، ويعزز ذلك المؤتمرات والنشاطات العلمية والتجارية التي تقام على مدار السنة.

6- هناك مقومات أخرى ليست اقل أهمية لدورها الفاعل في الجذب السياحي، منها المناسبات والأعياد الدينية التي تعد مهرجانات سياحية.

المطلب الثاني: مكانة العراق في السياحة الدينية

حظيت السياحة الدينية بمكانة خاصة ولاسيما بعد عام 2003 فقد أشار الدستور العراق لعام 2005 في المادة العاشرة منه ما نصه ان: (العتبات المقدسة والمقامات الدينية في العراق كيانات دينية وحضارية، وتلتزم الدولة بتأكيد وصيانة حرمتها، وضمان ممارسة الشعائر بحرية فيها). كما جاءت المادة 43 من الدستور لتؤكد على حرية ممارسة الشعائر الدينية، وكذلك أشارت إلى تنظيم إدارة الأوقاف وشؤونها ومؤسساتها الدينية حيث نصت على: (المادة 43) أولاً: اتباع كل دين أو مذهب أحرار في: أ ـ ممارسة الشعائر الدينية بما فيها الشعائر الحسينية. ب ـ إدارة الأوقاف وشؤونها ومؤسساتها الدينية، وينظم ذلك بقانون. ثانياً: تكفل الدولة حرية العبادة وحماية أماكنها)[31]. واستنادا إلى لذلك شرع قانون رقم (19) لسنة 2005م، الذي عُني بتنظيم إدارة العتبات المقدسة والمزارات. وقانون ديوان الوقف السني المرقم (56) لسنة 2012، وغيرها من القوانين ذات الصلة.

يتمتع العراق بمكانه كبيرة ومهمة في مجال السياحة بشكل عام، فهو بلد الحضارات والمقدسات، كما له دور مهم على المستوى التنظيمي والمؤسسي في مجال السياحة، فهو عضواً في الاتحاد العربي للسياحة، واحد مؤسسي منظمة السياحة العربية ومجلس وزراء السياحة العرب، كما ان العراق عضوا في منظمة السياحة العالمية احدى هيئات منظمة الأمم المتحدة منذ عام 1975، وقد تولى العراق بعض المناصب السياحية على الصعيد الدولي منها: نائب أمين عام الجمعية العمومية لمنظمة



السياحة العالمية، ونائب ثاني لرئيس المجلس التنفيذي للسياحة، وممثل الشرق الأوسط في منظمة السياحة العالمية[32].

يستطيع العراق ان يكون رائدا في مجال السياحة الدينية في العالم، بسبب مكانته التاريخية والحضارية والدينية، وموقعة الجغرافي المميز، ولاشك في ان امتلاكه للكثير من الشواهد الدينية لاتباع الديانات الأخرى، إضافة إلى المدن الدينية الإسلامية المقدسة التي اشتهرت بمبانيها التاريخية العريقة وجوامعها ومساجدها وعتباتها التي يقصدها المسلمين من كافة الدول في المناسبات الدينية المختلفة[33].

ولذلك فان للعراق مكانه خاصة ومهمة في مجال السياحة الدينية بالإضافة إلى مكانته في مجال السياحة الإثارية والتراثية، والسياحة الطبيعية والترفيهية، غير ان السياحة الدينية تكاد تكون العمود الفقري للقطاع السياحي في العراق، فتشير الإحصائيات عام 2013، من خلال جمع وأعداد البيانات الخاصة بالمجاميع السياحية الوافدة إلى العراق حسب الجنسيات وبعد التحليل تم التوصل إلى ان السياحة الدينية قد شكلت تقريبا مجمل حركة القطاع السياحي في العراق بشكل عام، وان مدن النجف وكربلاء والكاظمية كانت هي مقصد هذه الوفود بشكل خاص.

ومن خلال التمعن في إحصائيات عام 2013 الصادر عن وزارة السياحة والأثار العراقية يتبين ان السياحة الدينية قد استعادت نشاطها خلال الأعوام (2006، 2007، 2008، 2009، 2010، 2011، 2012)، حيث سجلت الإحصائيات تصاعدا بأعداد المجاميع السياحية الوافدة إلى العراق من (1376) زائر عام 2005 إلى (266922) ألف زائر عام 2006، و(504975) ألف زائر عام 2007 و(863657)ألف زائر عام 2008، و(1261921) زائر عام 2009 و(1517766) عام 2010 و(1510174) مليون زائر عام 2011 ليصل إلى (1111368) أي نسبة (316٪) مقارنة 2006، ومن خلال هذه الأرقام يتبين لنا حجم الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة الدينية في العراق على الرغم من الوضع الأمني الغير مستقر نسبياً، لقد باتت السياحية الدينية في العراق تستقطب مختلف الجنسيات ومن بلدان عدة من مشارق الأرض ومغربها، وبذلك تعتبر السياحة الدينية في العراق قطاع واعد، ويوفر فرص للاستثمار في مختلف المجالات السياحية وما يرتبط بها[34].

EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

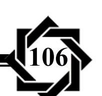
المبحث الثالث: دور الثقافة السياحية في تنمية السياحة الدينية

تعد الثقافة السياحية من اهم عناصر تنمية السياحة، كما ويلعب العامل الديني والروحي دورا فاعلا في السياحة الدينية بشكل خاص، ولذلك يمثل الوعي السياحي في هذا الإطار مدخل يمكن الاستفادة منه في جانبين سواء كان ذلك على المستوى الديني أو السياحي، وعليه تعتبر الثقافة السياحية عنصرا فاعلا في تنمية السياحة الدينية وهو ما سنبينه في المطالب التالية:

المطلب الأول: أهمية الثقافة السياحية في تنشيط حركة السياحة الدينية

تعد الثقافة السياحية عنصرا مهما وعاملا مؤثرا في السياحة وتطورها من جهة، والسائح والتأثير في نفسيته من جهة أخرى، لذا فان اغلب الدول التي تمتلك حركة سياحية، تعد برامج عمل في معاملة السائح الوطني والأجنبي خاصة لان السائح الذي يزور منطقة معينة أو بلد معين ينقل صورته وتطلعاته ومشاهداته ومعاملة الناس له إلى أفراد مجتمعه الأصل فاذا كانت الصورة التي ينقلها جيدة ومعاملة الناس له لائقة ستشجع الأخرين على الوفود إلى المنطقة أو البلد الذي زاره السائح وبالعكس اذا كانت الصورة عكس ذلك فان هذا يؤثر على القدوم إلى تلك الدولة أو المدينة[35].

وقد اختلفت الدراسات التي تناولت أهمية الثقافة السياحية ومداخل بناءها، ويمكن لنا ان نبين بعض هذه الدراسة، فمثلا ينطلق (Machlouzarides) من أهمية المدخل التسويقي في بناء الوعي السياحي وتسويق المقاصد السياحية، إذ أظهرت الدراسة أهمية التسويق الإلكتروني في عمليات بناء الثقافة والوعي، حيث يمكن للمواطن من التعرف على العديد من المصادر السياحية البشرية والطبيعية من خلال المواقع الإلكترونية. فيما أشار الدراسة التي قدمها كل من (Dale and Robinson)، وأخرى لـ(Devine) إلى أهمية التعليم والتدريب لبناء الوعي الثقافي في صناعة السياحة والضيافة، في حين ذهبت الدراسة التي قدمها كل (Gomezelj and Mihalic) إلى ابد مما يذهب الية الدراسات السابقة حيث عدت ان الوعي لدى سكان الدولة بأهمية السياحة يجعل القطاع أكثر تنافسية على اعتبار ان الأنسان هو القاعدة الأساسية في تنمية القطاع والاهتمام به، حيث ربطت الدراسة بين بناء الوعي السياحي والقدرة التنافسية للقطاع على المستوى المحلي والدولي. وتبرز



EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

أهميـة التعليـم السـياحي سـواء علـى مسـتوى الجامعـات أو المـدارس في بنـاء الثقافـة السياحية ونشر الوعي القائم على الاهتمام بالسياحة هذا ما أكدته الدراسات التي قدمها كل من (Charlesworth) و(Aksu and Koksal) و(Lam and Xiao). ومن بين اهم الدراسات في هذا المجال دراسة (Wang and Krakover) التي عدت ان بناء الثقافة والوعي السياحي يعد شرطا أساسيا لتسويق أي منطقة سياحية لأجل جذب الأفواج السياحية ألها، كما أكدت الدراسة على أهمية دور المواطن العادي في إيجاد الوعي السياحي لارتباط السياحة بسلوكيات الأفراد واعتبار السياحة قضية مجتمع أكثر منها قضية تخص القطاعين الخاص والعام[36].

وبناء لما تقدم ومن خلال متابعة الدراسات السابقة نتوصل إلى ان عنصر الثقافة السياحية بكل مراحلة وجهاته المستهدفة، يشكل ركناً أساسيا في أي عملية تنمية للقطاع السياحي بمختلف أنواعه، فهو احد العوامل المهمة في عملية صنع السياحة وتسويقها، ويشكل هذا الموضوع عنصر مُلح اذا كنا نتحدث في اطار السياحة الدينية، لما يمثله هذا القطاع بالإضافة إلى العامل المادي الربحي، غير ان العامل الديني وما يشمل عليه من قيم دينية وروحية، يجده البعض ان التوعية به ونشره واجبا شرعيا، وعليه تشكل الثقافة السياحية ذو بعدين (مادي وديني) يصب كلاهما في تنمية القطاع السياحي وتطوير السياحية الدينية.

وبذلك تؤثر التوعية بالسياحة على الحركة السياحية وتنشيطها في البلد بصورة عامة، وبذلك فيجب غرس مفردات الثقافة السياحية في نفوس جميع المواطنين، وتشكل توعية المواطنين في مراحلة نموه الأولى العنصر الأهم، فيجب نشر مفردات الثقافة السياحية مع بدء التنشئة الاجتماعية للأطفال، وهذا يشكل عامل مهم في نشر الوعي لدى المجتمع، ومما لا شك فيه ان وسائل الاعلام المختلفة تلعب دور مهم في ذلك، غير ان البعض يرى ان التوعية بوسائل الاعلام المختلفة ربما لا يفهمها إلا الطبقة المثقفة في المجتمع وقد تنحصر فيهم حتى وان حاولت هذه الطبقة المثقفة التوضيح للصغار بأهمية هذا القطاع السياحي إلا ان هذا يكون أقل تأثيرا مقارنة بغرس مفهوم التوعية السياحية في عقولهم منذ الصغر من خلال الأب وألام والمعلم في المدرسة، فينمون وتنمو معهم مسؤولية الحفاظ على هذا الإرث العظيم، وتصبح أفكارهم قوية

EISSN: 2588-2368 _____ ISSN: 2352-975X

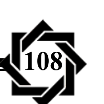
مستندة على قاعدة عملية رصينة لا تستطيع أي أفكار فاسدة أو تعبئة خاطئة اختراق هذه العقلية، فكلما ازدادت نضوجا ازدادت قوة ومتانة[37].

وبذلك تعد الثقافة السياحية من أكثر الموضوعات أهمية بالنسبة للنشاط السياحي، لأنها تبين أهمية السياحة بشتى أنماطها وكيفية الاستفادة من ميزاتها الكثيرة وتقليل السلبية لها، لذا عمدت البلدان إلى الاعتناء بموضوع الثقافة السياحية والوعي السياحي، لكونه يقترن بنجاح النشاط السياحي لديها، فعملت على الاهتمام بالجهات المسؤولة عن تنمية الثقافة السياحية، وهم العاملون في النشاط السياحي والأجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية والمواطنون والحكومة والسائحون[38].

كما ان للثقافة السياحية أهمية كبيرة من الناحية الثقافة والإعلامية، تكمن أهميتها في معرفة المواطن لمعالم وطنه وتنمية أدراكه ورفع مستواه الثقافي والارتقاء بوعيه السياحي مما ينعكس على حسن تفاهمه مع السياح الأجانب والمحافظة على المرافق السياحية والأثرية وان التسهيلات التي تقدم للسائح الأجنبي ومعاملته بشكل حسن سوف ينعكس في نقله للمعلومات عن البلد الذي زاره إلى أبناء شعبه مما يخلق منه وسيلة إعلامية مجانية للبلد والمدينة، لذا فان الثقافة والوعي السياحي لدى سكان المدينة أو البلد بصورة عامة مهم جدا، ويجب ان يحمل على محمل الجدية والارتقاء به إذا ما اردنا حركة سياحية من خلالها نحصل على نتائج مقبولة في الجانب الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والديني ... الخ، فالسياحة لها دور تربوي بتزايد وباستمرار حيث أصبحت مؤسسة تربوية وعن طريقها يمكن التعرف والاتصال وتوطيد العلاقات الاجتماعية وهي تعمل على تطوير الأنسان سيكولوجيا عن طريق المحافظة على الصحة وتجديد القوة عند الشعور بالعتب، بالإضافة إلى الدور المؤثر للسياحة الدينية بما تضفيه من طمأنينة ونقاء في النفس البشرية عبر التقرب إلى الله عز وجل[39].

المطلب الثاني: الجهات المعنية بنشر الثقافة السياحية

للثقافة السياحية عدة جهات مسؤولة عن تنميتها من اجل النهوض بالواقع السياحي والارتقاء به إلى المستوى المطلوب، وتلك الجهات هي المسؤولة بشكل مباشر عن الثقافة السياحية، إذ ان كل جهة من هذه الجهات تقع على عاتقها مهام وواجبات تقوم



بها ، وتتظافر جهود تلك الجهات من اجل الوصول إلى مجتمع واعي سياحيا ، وتلك الجهات هي:

1- المؤسسات الحكومية: ويأتي على رأس هذه المؤسسات وزارة السياحة والأثار ، وكليات ومعاهد السياحة والفندقة ، هذا وبالإضافة إلى المؤسسات الحكومية المسؤولة عن الأوقاف، هذا عند الحديث في مجال السياحة الدينية.

2- المؤسسات غير الحكومية: ويمثل الاعلام الحلقة الأبرز في هذا الجانب، حيث تعد القنوات الفضائية وما تطرحه من برامج سياحية توعوية من اهم المواد المهمة المعنية بنشر الثقافة السياحية ، وكذلك شبكة الإنترنيت وما يطرح في المواقع الإلكترونية المختلفة. وقد باتت اليوم شركات السياحة المختلفة تقوم بمهام نشر الثقافة السياحية بعد ان أصبحت السياحة صناعة وكما معروف كل صناعة تحتاج للتسويق.

وقد تعددت الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي في المجتمعات السياحية ، علما أن هذه الأساليب تعتمد على الخصوصية الثقافية لكل مجتمع، وقد تبنت العديد من الدراسات ضرورة استخدام ثلاثة مداخل أساسية في بناء الوعي السياحي وهي: التخطيط السياحي، التعليم السياحي، والتسويق السياحي، على اعتبار أن الأدوات التي تستخدم في تفسير هذه المداخل مختلفة من مجتمع إلى أخر[40].

ويمكن ان نبين اهم مدلولات كل مدخل والأدوات المستخدمة في تفسيرها كما يلي[41]:

1- التعليم السياحي: وهنا تظهر أهمية التعليم والتعلم معا على اعتبار ان بناء الوعي السياحي هو من مسؤولية الأسرة قبل كل شيء ومن ثم دور الجامعات والمدارس، ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات وأنشاء كليات وتخصصات تعنى بتخريج المتخصصين في السياحة والضيافة ، كما ان الأستاذ في التعليم الأولي والعالي يؤدي دورا أساسيا في تعليم السياحة وتعليم التراث والتربية المتحفية وتدعيم السلوكيات الإيجابية تجاهها ، كما يمكن لشخصيات وقادة الرأي في المجتمع ان تكون لهم مساهمة في هذا البناء من خلال إلقاء محاضرات والمشاركة في الندوات والمؤتمرات التي تعني بالسياحة.

2- التخطيط السياحي: ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط هذه من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلا عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بأن المردود السياحي لا سيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حكرا على فئة معينة، كما يجب إيجاد آليات للتواصل بين السائح والمواطن في المجتمعات السياحية في مختلف أنحاء الدولة.

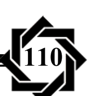
3- التسويق السياحي: يشكل التسويق النشاط التصديري الوحيد في قطاع السياحة، وهو أداة فاعلة في بناء الوعي السياحي، ويمكن ان يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية المسموعة والمرئية على اختلاف أشكالها ومن بينها: المواقع الإلكترونية، شاشة التلفزيون المحلي والفضائي، الهاتف النقال، الصحف، المطبوعات والمنشورات، الكتب والمقالات، المجلات المتخصصة بالسياحة، والأفلام التسجيلية، الراديو، المؤتمرات، الدراما المحلية، العاملون في الاعلام السياحي، المجالس البلدية والمحلية، وغيرها من الأدوات.

وبذلك تتنوع المؤسسات والأجهزة التي يتعامل معها السائح فقد تكون مؤسسات حكومية أو غير حكومية وعندما تتمتع كل هذه الجهات بالوعي السياحي فإن ذلك يمكنها من التعرف على دورها الإيجابي في كيفية أداء الخدمة الجيدة للسائح، وهو ما سينعكس على تنمية القطاع السياحي، ولذلك فان نشر الوعي السياحي لدى الأجهزة والمؤسسات المعنية ينعكس أثره في النهاية على استقبال سليم للسائح وترك أثر طيب في نفسه وذكريات سعيدة لديه[(42)].

أما فيما يخص الجهات المعنية والتي يجب استهدافها بقصد نشر الثقافة السياحية لديها فهي:

1- توعية العاملين في القطاع السياحي، ويتم نشر الوعي السياحي لدى العاملين في القطاع السياحي من خلال إدخال العاملين بالنشاط السياحي دورات تثقيفية وتعليمية لغرض اكتساب مهارات أكاديمية وفنية من اجل رفع الوعي السياحي لديهم[(43)].

2- توعية العاملين في الأجهزة والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية الذين يكون على تماس وتواصل مباشر مع السياح.



EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

3- توعية المواطنين، ينعكس نشرة الثقافة السياحية للمواطن على تنمية القطاع السياحي بشكل عام، ويشكل توعية المواطنين ونشر الثقافة السياحية لديهم، وتحديدا في مجال السياحة الدينية من العناصر المهمة في تنمية هذا النوع من السياحة، حيث يمثل توعية المواطنين القريبين من الأماكن الدينية التي يقصدها السياح من العوامل المهمة في تنمية السياحية الدينية.

إن وعي وادراك المواطن بأهمية السياحة لا يرتبط بالجانب الاقتصادي فقط، بل يرتبط بالخصوصية الثقافية للدولة ويحمل مضامين متعددة مرتبطة بالهوية والانتماء، أما اذا كنا أمام مدلولات السياحة الدينية، فهنا ترتبط بجزء كبير في مضامين الدينية والروحية المرتبطة بالعقيدة، ومجمل هذه المفاهيم تحتاج إلى تنشئة اجتماعية قائمة على نقل وبث القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن وعقيدته الدينية، والتي تسهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي، وعليه فان الأطراف التي تسهم في بناء الثقافة السياحية هي متعددة ومن بينها: المدارس، الجامعات، قادة الرأي وصناع السياسات، الأسرة، المراكز الثقافية والاجتماعية، الاتحادات والجمعيات المحلية والوطنية، المجتمعات المحلية، المؤسسات السياحية، المؤسسات الحكومية وغيرها من الأطراف القادرة على خلق حالة جديدة من التطبيع الاجتماعي التي بدورها تؤدي إلى حالة من المزاج الثقافي الإيجابي تجاه السياحة(44).

وعليه تعد الثقافة السياحية عنصراً هاماً في تنمية السياحة، ويعتبر البعض ان النمو الذي حققه قطاع السياحة في لبنان لم يكن يعتمد على ما تملكه لبنان من الأماكن المتميزة للإقامة والاستجمام والمناطق الأثرية وجمال الطبيعة، بل لاهتمامها في توفير العنصر البشري المؤهل لتقديم الخدمات السياحية بشكل متميز، وحجم الوعي السياحي لدى المواطنين بشكل عام، وتجدر الإشارة إلى ان قطاع السياحة اللبناني قد حقق نموا خلال عام 2009، حيث احتلت لبنان المرتبة الأولى محققة زيادة في معدل نمو السياح الوافدين اليها بمقدار 57٪، وبذلك تكون الثقافة السياحية عنصر يعزز ما تملكه الدولة من مقومات سياحية(45).

EISSN: 2588-2368 ______ ISSN: 2352-975X

وبناء على ما تقدم نرى ان العراق ما يزال متراجع كثير في مختلف عناصر المقومات السياحية، رغم امتلاكه له، غير ان انعدام التخطيط والتسويق والتنسيق بين مختلف الجهات التي تشكل منظومة السياحة في العراق، بالإضافة إلى انعدام الثقافة السياحية لمختلف الجهات ومنها المواطن، يجعل قطاع السياحة في حالة يرثى لها، ولذلك فنحن بحاجة إلى طرح استراتيجية متكاملة تستهدف القطاع السياحي بغية تنميته، على شرط ان يكون لمحور الثقافة السياحية مكان مهم فيها.

أما في ما يتعلق بالسياحة الدينية، والتي تكاد تكون القطاع الأبرز في المجال السياحي في العراق، فهي على الرغم مما يعيشه القطاع السياحي بشكل عام من مشاكل، لا تزال تحقق نمو كبير، وهي بذلك تعد من القطاعات الواعدة، وسبب ذلك يعود إلى ما تمثله المراقد والمزارات الشريفة من مكانه مهمة وعنصر جذب للسياح والزائرين، ويمكن ان تلعب المراقد والمزارات الدينية دورا كبير في قطاع السياحة الدينية، اذا ما تم الاهتمام بها وإعطائها الدعم الازم، من خلال أعداد استراتيجية متكاملة تستهدف تنمية هذه المزارات الشريفة، مع نشر الثقافة السياحية والوعي الخاص بها والذي يستهدف مختلف قطاعات المجتمع، فأننا سنصل إلى نتيجة مهمة تجعل من هذه المراقد والمزارات في مقدمة المنشآت السياحية الأكثر أقبال من قبل السياح في العراق.

خاتمة:

لقد بات قطاع السياحة من القطاعات المنتجة، وهو ما دعا جميع الدول إلى الاهتمام بهذا القطاع والعمل على تنميته. ومن خلال متابعة البحوث والدراسات، اتضح ان عنصر الثقافة السياحية يعد من اهم العناصر الأساسية في تنمية قطاع السياحة، كما انه يعد من اهم العناصر الضرورية عند الحديث عن تنمية السياحة الدينية، وعليه توصلت الدراسة إلى صحة الفرضيات التي تم طرحها في بداية البحث مثلا "ان الثقافة السياحية تعد من اهم العناصر الكفيلة في تنمية القطاع السياحي وخصوصا السياحة الدينية" كما تبين ان المراقد والمزارات الدينية تعد من اهم مقومات السياحة الدينية في العراق، غير أنها بحاجة إلى اهتمام خاصة من حيث نشر الوعي السياحي بأهميتها

وتأهيلها بمختلف النواحي، وفي الختام توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومجموعة من التوصيات أهمها:

- النتائج:

1- إن فقدان مناخ الاستقرار السياسي والأمني في العراق، حرم النشاط السياحي من إظهار إمكانياته ومؤهلاته الحقيقية، حيث بقيت نتائجه متدنية ولا تعبر عن واقعه الحقيقي.

2- إن الاهتمام ببناء الوعي والثقافة السياحية تعد احدى متطلبات البنية التحتية للسياحة حيث لا يمكن نسبيا الحديث عن تنمية قطاع السياحة دون توفر مستوى عالٍ من الوعي السياحي لدى المواطن.

3- بينت الدراسة ان أكثر الأبعاد تأثيرا في تنافسية القطاع في مجال الموارد البشرية كان التخطيط السياحي والتعليم السياحي، في حين كان التعليم السياحي والتسويق السياحي الأكثر تأثيرا في تنافسية القطاع في مجال إدراك وفهم السياحة.

4- ضعف الجهود المبذولة من قبل هيئة السياحة والآثار والجهات المعنية الأخرى في بناء الوعي والثقافة السياحية، فلم نلاحظ برامج خاصة بالوعي والاهتمام على مستوى الجامعات والمدارس ومؤسسات السياحة وغيرها.

5- إن المراقد والمزارات الدينية تشكل عامل جذب سياحي ديني كبير، وهو ما يستوجب الاهتمام بهذه المزارات وتقديمها بأجمل صورة من حيث توفير للسائح كافة المعلومات السياحية لهذه الأماكن، مع الاهتمام بسهولة الوصول وتقديم كافة الخدمات السياحية، من خلال أقامت المنشآت السياحية الحديثة بجوارها.

6- غياب الثقافة السياحية كمفهوم ومنهج في العراق بشكل عام بالرغم من وجود شتى أنماط السياحة فيه. مع ندرة البحوث والدراسات التي تختص بالثقافة السياحية للسياحة الدينية على الرغم من ان العراق يزخر بعدد كبير جدا من المواقع السياحية الدينية.

7- قلة أو انعدام وجود المرشد السياحي الديني المتخصص الذي يعمل على تنمية وعي الزوار بأهمية السياحة الدينية وتاريخها وفضل زيارتها.

8- عدم التركيز على مفهوم التنشئة الاجتماعية في المناهج الدراسية للأطفال من خلال توعيتهم بأهمية السياحة الدينية أو بالأماكن الدينية الموجودة في العراق، أو عمل سفرات سياحية لهذه المزارات. كذلك خلو اغلب المناهج من القصص البطولية لأصحاب المزارات حيث هناك نقص شديد بالوعي بسير أصحاب هذه المزارات وفضائلهم.

- التوصيات:

1- على جميع الجهات المعنية بالسياحة، ان تأخذ على عاتقها توضيح أهمية السياحة، لطلبة الجامعات باعتبارهم الشريحة المثقفة، وذلك من خلال عقد المؤتمرات والندوات التي تهدف إلى زيادة الوعي السياحي لهذه الشريحة الواسعة بالتنسيق مع الجامعات. بالإضافة إلى نشر الوعي السياحي لدى الهيئات التدريسية وصولا إلى اعلى درجات الثقافة السياحية، لما لذلك من دور ودعم للسياحة في البلد.

2- تضمين المقررات الدراسي مواضيع عن السياحة وخصوصا في المحافظات التي تشهد أقبال سياحي كبير، الغرض منه هو غرس التوعية والثقافة السياحية عند التلاميذ والطلبة، لخلق جيلا واعيا بأهمية السياحة ودورها في حل مشاكل البطالة للشباب.

3- الاهتمام بالتعليم السياحي على مستوى الكليات والمعاهد والمدارس، مع وضع آليات تتضمن التوجه لهذا التعليم بشكل يضمن للطالب فرصة للتدريب العملي وزرع الرغبة لديه للعمل في المؤسسات السياحية في المستقبل وبمغريات مادية ومعنوية إذا ما أردنا الارتقاء بالحركة السياحية.

4- ضرورة التأكيد على أشراك المواطن في عملية التنمية السياحية بما لديهم من أفكار بناءة وتفعيل هذه الأفكار، فضلا عن توسيع مفهوم الجدوى من السياحة ليتجاوز الجانب الاقتصادي إلى الجدوى الاجتماعية والدينية والثقافية والبيئية والمعرفية حتى تكون مساهمة القطاع أوسع وأعمق في التنمية.

5- التأكيد على دور الاعلام وضرورة ان تقوم وسائله على اختلافها بتقديم الأخبار والبرامج السياحية وخصوصا الدينية بأسلوب مبتكر وجذاب لإبراز أهمية السياحة بشكل عام والسياحة الدينية بشكل خاص.

6- العمل على جذب الاستثمارات الأجنبية من خلال تقديم الحوافز والضمانات لدعم قطاع السياحة.

7- أنشاء مركز أو معهد وطني خاصة بنشر الثقافة السياحية وخصوصا في مجال السياحة الدينية، يأخذ على عاتقة أعداد البرامج والدراسات الخاصة بتوعية المجتمع والعاملين والمتعاملين مع قطاع السياحة الدينية، وصولا إلى تنمية الوعي السياحي الشعبي والعام بحث يدرك الجميع وخصوصا سكان المدن الدينية أهمية السياحة الدينية.

8- ضرورة الاهتمام بالترابط بين أنواع السياحة المختلفة الدينية والترفيهية والثقافية والعلاجية والتعليمية في المدن التي تزدهر بالسياحة الدينية على ان تكون السياحة الدينية هي عمودها الفقري والأخرى مكملة لها.

9- بما ان المراقد والمزارات الدينية تعد من اهم المواقع السياحية، ومن اجل تنشيط حركة السياحة الدينية، فيجب إعادة تأهيلها وترميمها شريطة ان تحافظ على هويتها الإسلامية، وتوفير الخدمات فيها وبجوارها لجذب الزائرين والسياح، مع إقامة المنشآت السياحية الترفيهية بالقرب من هذه المراقد الشريفة، وصولا لخلق نوع من الترابط بين مقومات السياحة.

10- العمل على أنشاء مؤسسة خاصة بأعداد مرشدين سياحيين دينيين متخصصين يعملون على تنمية وعي الزوار بأهمية السياحة الدينية وتاريخها وفضل زيارتها.

الهوامش:

(1)- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن دراسة تحليلية ميدانية، مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة الموصل، العراق، 2013، العدد 111، ص116.

(2)- سعيد محمد باقر الرمضان، الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير منشورة في قسم الاعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية في الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، 2011، ص33.

(3)- حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير مقدم إلى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في جامعة فرحات عباس - سطيف-، الجزائر، 2012، ص7.



(4)- ينظر: ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، ط1، 1997، ص22.

(5)- نقلا عن: رؤوف محمد علي الأنصاري، السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار، مطبعة هادي برس، بيروت، ط1، 2008، ص17.

(6)- ينظر: أديب برهوم، تقويم كفاءة التسويق السياحي في سورية، مجلة جامعة تشرين، العلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، 2007، المجلد (29) العدد (2)، ص104.

(7)- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120.

(8)- ينظر: هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، القاهرة، ط1، 2004، ص24.

(9)- ينظر: هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة ماجستير مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية وعلم التسيير في جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص67.

(10)- ينظر: احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص ص28،27.

(11)- ينظر: هناء حامد زهران، مصدر سابق، ص25.

(12)- See. Brown. Frances, hali. Derek, tourism in peripheral areas, cambrian printers, UK, 0, P.36.

(13)- See. Smith. Valine, Readington. Willian, tourism alternatives Potentials and problems in the develop[ment of tourism, academy for the study of tourism, USA, 2, P..

(14)- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120.

(15)- ينظر: هناء حامد زهران، مصدر سابق، ص26.

(16)- ينظر: سعيد عبد الخالق، مصر والوعي السياحي، دار النهضة المصرية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2003، ص85.

(17)- ينظر: هدير عبد القادر، مصدر سابق، ص66.

(18)- See. Brook. John, horner. Susan, consumer be havior Elsever, puplication, third Edition, Oxford, 3. P.77.

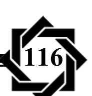
(19)- ينظر: سعيد عبد الخالق، مصر والوعي السياحي، مصدر سابق، ص85.

(20)- ينظر كل من: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120. هدير عبد القادر، مصدر سابق، ص69.

(21)- ينظر: موقع هيئة السياحة والأثار العراقي: http: //www.tourism.gov.iq/.

(22)- رياض كاظم سلمان الجميلي، حركة السياحة الدينية وأثرها في تقييم كفاءة قطاع الخدمات المجتمعية في مدينة كربلاء لعام 2006، مجلة الباحث، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة كربلاء، العراق، 2011، المجلد1/العدد1، ص99.

(23)- حميدة بوعموشة، مصدر سابق، ص25.



[24]- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار مؤسسة رسلان، دمشق، ط1، 2009، ص50.

[25]- رفاه قاسم الإمامي، التنمية السياحية في العراق وارتباطها بالتنمية الاقتصادية، رسالة الماجستير مقدمة إلى قسم الاقتصاد في كلية الإدارة والاقتصاد في الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك، 2013، ص34.

[26]- محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005، ص141.

[27]- مرزوق عايد العقيد وآخرون، مبادئ السياحة، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص62.

[28]- رياض كاظم سلمان الجميلي، مصدر سابق، ص99.

[29]- مرزوق عايد العقيد وآخرون، مصدر سابق، ص63.

[30]- ينظر: فراس كريم بريهي، تطوير السياحة مدخل للتنمية المستدامة في العراق، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة المثنى، العراق، 2011، العدد 1، ص ص24-25.

[31]- دستور جمهورية العراق لسنة 2005.

[32]- ينظر: موقع هيئة السياحة والآثار العراقي: http: //www.tourism.gov.iq/.

[33]- رؤوف محمد علي الأنصاري، السياحة في العراق، مصدر سابق، ص9 وما بعدها.

[34]- ينظر: إحصاء عام 2013 منشور على موقع هيئة السياحة والآثار العراقي:
http: //www.tourism.gov.iq /

[35]- وهاب فهد الياسري، الوعي السياحي لدى طلبة المرحلة الجامعية (كلية الآداب في جامعة الكوفة أنموذجا)، مجلة كلية التربية الأساسية- جامعة بابل، العراق، 2012، عدد أيلول، ص260.

[36]- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120.

[37]- وهاب فهد الياسري، مصدر سابق، ص260.

[38]- ينظر: خليل إبراهيم احمد وزهير عباس عزيز، دور وسائل الاعلام المقروءة في تنمية الوعي السياحي الديني في كربلاء المقدسة، مجلة الإرادة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية، العراق، 2013، العدد 95، ص423.

[39]- وهاب فهد الياسري، مصدر سابق، ص260.

[40]- See. Wharon, David, (8), “Southern Attraction, Southern Attraction: A Photographic Essay”, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 2, Issu.2, PP.-. available at: www.emeraldinsight.com.

[41]- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120.

[42]- ينظر: خليل إبراهيم احمد وزهير عباس عزيز، مصدر سابق، ص425.

[43]- ينظر: ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مصدر سابق، ص203.

(44)- ينظر: اسعد حماد موسى أبو رمان وممدوح عبد الله أبو رمان، مصدر سابق، ص120.

(45)- ينظر: عبد الرزاق عزيز حسين، صناعة السياحة في الدول العربية الواقع وسبل النهوض رؤية مستقبلية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية- جامعة واسط، العراق، 2012، العدد6، ص286.